

УДК 338.48

Рибаков В.Ю.¹, Гресь-Євреїнова С.В.²

¹ студ. гр. МТЕ-130 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Європейський ринок туризму володіє значною кількістю природних та історико-культурних ресурсів, придатних для використання у рекреації й туризмі. Завдяки цим ресурсам Європейський регіон залишається основним регіоном світу у сфері санаторно-курортного лікування, відпочинку та туризму. Щороку приблизно 60 % усіх туристів нашої планети відвідують саме Європу. Так, згідно зі звітом Всесвітньої туристичної організації, у 2019 р., до пандемії коронавірусу, країни Європи відвідали 744 млн туристів. Для

порівняння, інші регіони світу відвідали: Америку – 219 млн туристів, Азійсько – Тихоокеанський регіон – 362 млн, Африку – 70 млн, Близький Схід – 65 млн [1].

В Європі отримали розвиток майже всі можливі та відомі види туризму – пізнавальний, рекреаційний, діловий, релігійний, екологічний, спортивний тощо. Теж саме можна сказати й про види транспорту, які використовуються в туризмі, проте серед них помітно переважає автомобільний. В Європі більше, ніж у будь-якому іншому туристичному макрорегіоні світу, розвинутий внутрішньо-регіональний туризм: приблизно 9/10 всіх іноземних туристів – європейці і лише 1/10 – туристи з інших регіонів світу. Згідно з опитуванням у травні 2023 року, майже шість із десяти опитаних європейських мандрівників планували закордонну поїздку в межах Європи протягом наступних шести місяців. Водночас близько чверті опитаних віддали перевагу внутрішнім подорожам. Зосереджуючись на європейцях, які планують поїздки на відпочинок як усередині країни, так і в межах Європи, сонячний і пляжний відпочинок був кращим видом відпустки станом на травень 2023 року, за яким йшли культурні поїздки та відпочинок у місті [2].

Незважаючи на помітні відмінності між країнами ЄС, туризм є важливою частиною загальної економіки ЄС. У 2019 році він становив майже 10% ВВП ЄС і забезпечував близько 23 мільйонів робочих місць. У липні 2023 року кількість міжнародних туристичних прибуттів до Європи майже наздогнала цифри, які повідомлялися до початку пандемії коронавірусу, і була лише на 7% нижчою, ніж у 2019 році [2].

Якщо розподілити кількість міжнародних туристичних прибуттів до Європи за регіонами, то Південна/Середземноморська Європа стала провідним ринком в'їзного туризму як до, так і після впливу COVID-19. Таким чином, не дивно, що напрямки, що межують із Середземним морем, були визнані країнами з найбільшою кількістю в'їзних туристів до Європи у 2022 році.

Європейський Союз підтримує, координує та доповнює дії країн ЄС, пов'язані з туризмом. Туристична політика ЄС має на меті зберегти позицію Європи як провідного глобального напрямку та перетворити Європу на стале місце відпочинку, враховуючи також соціальні та екологічні аспекти. Деякі цілі, зокрема, полягають у тому, щоб максимізувати внесок галузі в зростання економіки та робочих місць, а також сприяти співпраці між країнами ЄС. Для цього урядам європейських країн потрібно подальше прискорення зеленого та цифрового переходу та підвищення стійкості туризму ЄС. З цією метою Європейська комісія запропонувала створити шлях переходу спільно з підприємствами індустрії туризму, державними органами, соціальними

партнерами та іншими зацікавленими сторонам, оскільки екосистема туризму найбільше постраждала від пандемії COVID-19.

4 лютого 2022 року Комісія опублікувала перехідний шлях для туризму. У звіті визначено 27 сфер заходів для зеленого та цифрового переходу та підвищення стійкості туризму ЄС. З Європейською зеленою угодою, ЄС подає приклад, просуваючи нові моделі зростання та встановлюючи кліматично-нейтральні цілі до 2050 року. Він уже зобов'язується скоротити викиди принаймні на 55% до 2030 року [3]. Покращуючи озеленення туристичної екосистеми ЄС, промисловість і туристичні підприємства не тільки сприятимуть зменшенню викидів CO₂ і кращому захисту навколишнього середовища, але також отримають вигоду від зниження витрат і посилення конкурентоспроможності. Відповідальні туристи отримують вигоду від покращеного досвіду подорожі, одночасно сприяючи добробуту приймаючих громад.

Отже, озеленення європейського туризму є частиною ширшої мети розвитку більш сталої та відповідальної екосистеми, процесу, що включає всіх учасників багаторівневого управління: підприємств туризму, національні, регіональні та місцеві органи влади, а також споживача – туриста. Сталі подорожі керували європейською туристичною політикою протягом декількох років, зумовлені зростанням попиту та очікувань як туристів, так і приймаючих громад. Незважаючи на те, що криза COVID-19 паралізувала подорожі в останні роки, це також була унікальна можливість перезавантажитися, змінити культурне мислення та стати більш стійкими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. UNWTO World Tourism Barometer September 2023. – Режим доступу: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-09/UNWTO_Barom23_03_September_EXCERPT.pdf?VersionId=5i4.UT7ZwFAC0OKrufVJ.TE_HAFz4kUU (дата звернення: 05.04.2024). – Назва з екрана.

2. Travel, Tourism & Hospitality Travel and tourism in Europe. – Режим доступу: <https://www.statista.com/aboutus/our-research-commitment> (дата звернення: 05.04.2024). – Назва з екрана.

3. UNWTO World Tourism Barometer September 2023. Режим доступу: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-09/UNWTO_EXCERPT.pdf. (дата звернення: 12.04.2024).

3. Tourism. Fact Sheets on the European Union. – Режим доступу: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/126/tourism> (дата звернення: 05.04.2024). – Назва з екрана.